

# NYIMAK

## Journal of Communication

Nyimak: Journal of Communication | Vol. 3 | No. 2 | Halaman 97 - 202 | September 2019 | ISSN 2580-3808



Published By:  
Department of Communication Science  
Faculty of Social and Political Science  
Universitas Muhammadiyah Tangerang



**Alamat Redaksi (Journal Address)**

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG

Jl. Mayjen Sutoyo No.2 ( depan Lap. A.Yani ) Kota Tangerang, Banten, Indonesia

Website : <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/nyimak>

Email : [journalnyimak@fisipumt.ac.id](mailto:journalnyimak@fisipumt.ac.id)

# NYIMAK

## Journal of Communication

### DAFTAR ISI (TABLE OF CONTENT)

Motivasi Menghafal Al-Qur'an pada Anak melalui Komunikasi Interpersonal —Annisa Nurul Mardhiyah dan Ayub Ilfandy Imran—	97 – 105
Orasi Politik Joko Widodo dan Prabowo Soebianto dalam Pilpres 2019 —Surti Wardani—	107 – 121
Peran Komunikasi Sibernetika bagi Keselamatan Penerbangan —Toto Soebandoro—	123 – 136
Kerusuhan Suporter PSIM dan PSS di Stadion Sultan Agung dalam Bingkai Media Lokal Yogyakarta —Nisa Adzkiya dan Fajar Junaedi—	137 – 155
Eksistensi Java Jazz Festival sebagai Event Musik di Indonesia —Rialdo Rezeky M. L. Toruan dan Nadya Sabrina—	157 – 167
Pengelolaan Kesan Komunikasi Persuasif Personal Sales —Nimas Ardyati—	169 – 176
Konstruksi Realitas Media Online atas Pemberitaan Debat Kandidat pada Pemilihan Presiden 2019 —Anwar Tri Wibowo—	177 – 189
Peran Internet dalam Meningkatkan Jumlah Pekerja Lepas di Indonesia —Arif Siaha Widodo—	191 – 202

## Konstruksi Realitas Media Online atas Pemberitaan Debat Kandidat pada Pemilihan Presiden 2019

**Anwar Tri Wibowo**

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur  
Jl. Ciledug Raya, Petukangan Utara, Jakarta Selatan 12260  
Email: and\_war22@yahoo.com

### ABSTRAK

Media *online* punya perspektif dan kepentingan yang berbeda dalam memberitakan sebuah peristiwa, termasuk pemberitaan debat kandidat presiden dan wakil presiden selama Pilpres 2019. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana debat kandidat presiden dan wakil presiden 2019 dalam bingkai pemberitaan IDN Times.com dan Detik.com sepanjang periode 17 Januari sampai 13 April 2019. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dokumentasi sebagai sumber data primer, yaitu sebanyak dua berita yang ditayangkan oleh IDN Times.com serta dua berita yang ditayangkan Detik.com. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis *framing* model Robert N. Entman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembingkai berita IDN Times.com berpotensi memihak Jokowi-Ma'ruf dengan menonjolkan optimisme terhadap Indonesia. Berbeda dengan IDN Times, Detik.com lebih tegas menunjukkan keberpihakannya kepada Jokowi-Ma'ruf dengan konten optimisme Indonesia di masa depan serta prestasi yang sudah ditoreh Jokowi selama menjadi Presiden, sementara konten terkait Prabowo Soebianto bernada sarkas dan pesimis.

**Kata Kunci:** framing, media *online*, debat kandidat, Pilpres 2019

### ABSTRACT

*Online media have different perspectives and interests in reporting on an event, including reporting on the debates of the presidential candidates during 2019 Presidential Election. This study aims to analyze how the debates of the presidential candidates in the frame of IDN Times.com and Detik.com reporting throughout period January 17 to April 13 2019. This study uses documentation data collection techniques as the primary data source: two news that aired IDN Times.com and two news that aired Detik.com. The analysis technique used in this study is Robert N. Entman's framing analysis model. The results showed that the news framing IDN Times.com has potential to side with Jokowi-Ma'ruf by highlighting optimism towards Indonesia. Unlike the IDN Times, Detik.com is more assertive to show its support for Jokowi-Ma'ruf with Indonesia's optimistic content in future and achievements Jokowi has made during his term as President, while content related to Prabowo Soebianto is sarcastic and pessimistic.*

**Keywords:** Framing, online media, candidate debate, presidential election

## PENDAHULUAN

Pemilihan presiden dan wakil presiden 2019-2024 di Indonesia diselenggarakan tanggal 17 April 2019. Sebelum pemungutan suara, Komisi Pemilihan Umum (KPU) memfasilitasi pengenalan visi dan misi calon presiden dan wakil presiden lewat debat kandidat sebanyak sebanyak lima kali dimulai pada tanggal 17 Januari hingga 13 April 2019 (Prasetya, 2019). Selama debat kedua pasangan calon memaparkan implementasi visi dan misi mereka dalam berbagai bidang, seperti hukum, HAM, korupsi, terorisme, energi, pangan, infrastruktur dan sumber daya alam, lingkungan hidup, kesehatan, ketenagakerjaan, dan lain sebagainya.

Sehari setelah penyelenggaraan debat yang pertama, Lingkaran Survei Indonesia (LSI) melakukan survei (18-25 Januari 2019) di 34 provinsi melibatkan 1.200 responden. Hasil survei tersebut menunjukkan sebanyak 50,6% responden menyatakan menonton acara debat tersebut dan 5,6% responden di antaranya mengatakan jika mereka mengubah pilihan calon presiden akibat menonton debat, dan sisanya mengatakan tidak akan mengubah pilihannya (Budiman, 2019).

Charta Politika pun melakukan survei seusai debat kedua berlangsung. Survei dilakukan tanggal 1-9 Maret 2019 terhadap 2000 responden yang terdaftar sebagai pemilih. Hasilnya, sebanyak 36,4% akan menentukan pilihannya berdasarkan penampilan debat kandidat, 10% responden akan menentukan pilihan mereka sesuai arahan atau himbauan dari tokoh agama, dan sisanya (9,2%) menyatakan pilihan mereka bisa berubah apabila ada bantuan sembako atau sebanyak 8,4% menyatakan akan berubah jika ada pemberian uang atau *money politics* (Amindoni, 2019).

Data tersebut di atas menunjukkan bahwa debat kandidat cukup berperan dalam meraup simpati masyarakat, khususnya dalam meraup dukungan dari generasi milenial dan generasi Z (usia 17-35 tahun) sebagai pemilih pemula yang minim ketertarikan dan informasi politik (Abdullah, 2019; Azmi, Astuti, & Fitriyah, 2016; Limilia & Ariadne, 2018; Perangin-angin & Zainal, 2018; Rohim & Wardana, 2019; Shahreza, 2017). Pada sisi lain, perdebatan akan memperkuat keyakinan pemilih dalam menilai seorang kandidat, terlebih masyarakat yang masih kurang informasi dan belum memutuskan pilihannya (Cho & Choy, 2011; Coleman & Moss, 2016; Holbrook, 1999).

*Millennial* memang masih menggunakan televisi sebagai media utama ketika menonton debat kandidat. Namun demikian IDN Research Institute melaporkan bahwa sebanyak 97% *millennial* rata-rata menonton televisi 1 kali dalam 1 bulan, sementara itu 94,4% menjadikan internet sebagai kebutuhan utama, dan sebanyak 70,4% di antaranya menggunakan internet untuk mengakses media massa digital atau yang akrab disebut media *online* sebagai sumber

referensi berita terkini (IDN Research Institute, 2019). Data tersebut secara langsung sudah memperlihatkan bahwa media *online* menjadi penyumbang pengetahuan pemilu 2019 untuk *millennial*.

Sementara itu, media *online* yang populer di kalangan *millennial* antara lain Detik.com, Kompas.com, IDN Times.com, Tribunnews.com, Liputan6.com (IDN Research Institute, 2019). Dari kelima media *online* ini Detik.com, Kompas.com dan Liputan6.com merupakan media yang petingginya berkarier di dunia politik, seperti Hary Tanoeodibjo (Detik.com) yang merupakan ketua umum Perindo, partai yang berkoalisi dengan Jokowi-Ma'ruf Amin. Kondisi serupa juga terjadi pada Kompas yang suami salah satu petingginya menjadi kader Gerindra yang mendukung Prabowo-Sandi. Eddy Kusnadi, sebagai pemilik EMTEK tempat Liputan6.com bernaung adalah anggota Komite Ekonomi Industri Nasional (KEIN), sebuah lembaga yang bertugas memberikan pendapat dan masukan terkait ekonomi pada Presiden.

Relasi politik diantara pemilik dan pengelola media dengan para kandidat ini berpotensi memengaruhi *framing* medianya ketika memproduksi berita (Gazali, 2004; Masduki, 2004; Simarmata, 2017). Dengan demikian, konten media massa dapat menjadi sebuah perpaduan dari program internal, keputusan manajerial dan editorial, pengaruh eksternal yang berasal dari sumber-sumber nonmedia, seperti individu-individu berpengaruh secara sosial, kontrol pemerintah, dan lain sebagainya (Shoemaker & Reese, 1996).

Berbeda dari 3 media massa digital sebelumnya, jajaran pimpinan IDN Times.com dan Tribunnews.com tidak berafiliasi dengan pemerintahan maupun menjadi koalisi partai politik pendukung salah satu kandidat. Apabila ditinjau lebih dalam IDN Times.com menjadi satu-satunya media *online* populer di kalangan *millennial* yang mendeklarasikan dirinya sebagai media *online* dengan sasaran *millennial* dan generasi Z. Dengan deklarasi ini, berita-berita yang dihadirkan IDN Times.com pun menyesuaikan dengan kebutuhan target audiensnya, termasuk dalam berita politik.

Bersamaan dengan IDN Times.com, keempat media *online* favorit *millennial* lainnya juga secara bersamaan mengkonstruksi realitas debat kandidat presiden dan wakil presiden Indonesia dalam berita-berita yang diunggah. Tetapi, dengan latar belakang kepentingannya yang berbeda, sebuah realitas debat kandidat akan dikonstruksi secara berbeda oleh masing-masing media *online* tersebut. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melihat bagaimana realitas debat kandidat dikonstruksi oleh Detik.com dan IDN Times.com.

Detik.com dipilih karena media *online* ini menjadi rujukan pertama para *millennial* dalam mencari informasi serta pemilik medianya mendukung salah satu kandidat, sementara IDN Times.com dipilih lantaran media ini merupakan media rujukan ketiga *millennial* yang mana pemiliknya tidak mempunyai hubungan politik dengan salah satu kandidat. Sementara itu, *framing* berita debat kandidat yang disajikan kedua media *online* ini berpotensi menggiring opini *millennial* dalam menentukan “pilihan politik” mereka (Carkoglu, Baruh, & Yildirim, 2014; Takens, van Atteveldt, Hoof, & Kleinnijenhuis, 2013; van Kempen, 2007). Mengenai hal ini, McQuail berpendapat media massa punya kemampuan (sebagai alat ideologi) untuk menarik dan mengarahkan perhatian, membujuk pendapat, memengaruhi sikap, memberikan status, mendefinisikan legitimasi dan mendefinisikan realitas atau peristiwa (Rusadi, 2002).

Dengan berbagai instrumen yang dimilikinya, media massa berperan dalam membentuk realitas yang tersaji dalam bentuk pemberitaan. Konstruksi terhadap realitas dapat dipahami sebagai upaya “menceritakan” konseptualisasi dalam sebuah peristiwa, keadaan serta benda (Nashrudin, 2017; Primagara & Agustin, 2018; Surahman, 2017). Dengan demikian, media massa bisa memilih kejadian mana yang layak diekspos sebagai berita dan mana yang tidak layak. Selain itu, media massa juga bisa memilih individu atau tokoh sebagai sumber berita berdasarkan kriterianya sehingga hasil pemberitaannya bisa sesuai dengan kepentingannya. Dalam membingkai realitas, media massa mendefinisikan peristiwa dan sumber berita yang disajikan untuk masyarakat.

Dari pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk menganalisis bagaimana IDN Times.com dan Detik.com dalam “menganalisis realitas” debat kandidat presiden dan wakil presiden yang kemudian disajikan kepada pembacanya, khususnya generasi milenial. Berbagai studi yang telah dilakukan dalam menganalisis pemberitaan kandidat presiden dan wakil presiden antara lain dilakukan pada penelitian *Framing Berita Capres-Cawapres pada Pilpres 2019 di Harian Umum Republika dan Koran Tempo* (Siregar, 2019). Namun demikian penelitian tersebut tidak secara spesifik ditujukan pada peristiwa debat kandidat. Sementara itu, studi lain yang meneliti tentang pemberitaan politik capres serta cawapres pada media Detik.com dilakukan dalam konteks Pemilu 2014 (Rizal, 2015).

Analisis *framing* yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Robert N. Entman yang berfokus kepada penggambaran proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu realitas yang dibangun oleh media massa. Proses Seleksi merujuk kepada aspek yang berhubungan dengan pemilihan fakta. Dari realitas kompleks dan beragam itu akan diseleksi aspek mana yang akan ditampilkan. Dalam Proses ini, selalu terkandung bagian berita yang dimasukkan (*included*) dan berita yang dikeluarkan (*excluded*). Jadi, tidak semua aspek atau bagian dari isu ditampilkan, karena wartawan memilih aspek tertentu dari sebuah isu (Eriyanto, 2002).

Selain proses seleksi penonjolan aspek tertentu yang menjadi fokus pada model Entman ini berhubungan dengan penulisan fakta yang mana aspek tertentu dari peristiwa/isu dipilih dan bagaimana proses tersebut ditulis amat berkaitan erat dengan pemakaian kata, kalimat, gambar dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak (Eriyanto, 2002). Sementara itu, konsep *framing* dalam pandangan Entman menawarkan sebuah cara untuk mengungkap *the power of a communication text*, yang pada dasarnya merujuk pada pemberitaan definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan.

Untuk mengetahui bagaimana pembingkai dilakukan media, Entman mengemukakan perangkat *framing* yang dapat menjelaskan bagaimana sebuah peristiwa dimaknai serta juga ditandakan oleh wartawan (Sobur, 2002). Perangkat *pertama* adalah pendefinisian masalah (*define problems*) yaitu bingkai utama yang menekankan bagaimana suatu peristiwa dan isu dimaknai secara berbeda oleh seorang wartawan. *Kedua*, memperkirakan penyebab sebuah masalah (*diagnose causes*), yaitu elemen *framing* yang digunakan untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dari peristiwa. Pendefinisian sumber masalah ini menjelaskan siapa yang dianggap sebagai pelaku dan siapa yang menjadi korban pada peristiwa tersebut. *Ketiga*, membuat keputusan moral (*make moral judgement*), yaitu elemen yang digunakan untuk membenarkan atau memberi argumentasi kepada pendefinisian masalah yang dibuat. *Keempat*, menekankan penyelesaian (*treatment recommendation*), elemen yang digunakan untuk menilai apa yang dikehendaki oleh wartawan. Penyelesaian tersebut tentunya sangat bergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dianggap sebagai penyebab masalah.

**Tabel 1. Elemen *Framing* Model Robert N. Entman**

Pendefinisian Masalah ( <i>Define Problems</i> )	Bagaimana suatu peristiwa atau isu dilihat? Sebagai apa atau sebagai masalah apa?
Memperkirakan Masalah atau Sumber Masalah ( <i>Diagnose Causes</i> )	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa aktor yang dianggap sebagai penyebab masalah?
Membuat Keputusan Moral ( <i>Make Moral Judgment</i> )	Nilai moral apa yang akan disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendialektika suatu tindakan?
Menekankan Penyelesaian ( <i>Treatment Recommendation</i> )	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah? Jalan apa yang harus ditempuh untuk mengatasi masalah?



## METODE

Objek penelitian ini ialah pemberitaan debat kandidat presiden dan wakil presiden 2019 di IDN Times.com dan Detik.com selama periode 17 Januari sampai dengan 13 April 2019. Pemilihan periode didasarkan pada tanggal dimulainya debat pertama hingga debat kelima. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dokumentasi dalam hal memperoleh sumber data primer. Berdasarkan pendokumentasian berita tentang debat kandidat presiden dan wakil presiden selama periode 17 Januari sampai dengan 13 April 2019 didapatkan 223 berita yang dipublikasikan oleh IDN Times.com dan Detik.com, dengan rincian sebanyak 63 berita ditayangkan di IDN Times.com dan sisanya 160 berita ditayangkan di Detik.com. Akan tetapi, analisis akan dilakukan terhadap dua berita dari masing-masing media *online*. Teknik analisis penelitian menggunakan analisis *framing* model Robert N. Entman yang menguraikan empat elemen, yaitu pendefinisian masalah, memperkirakan sumber masalah, membuat keputusan moral, dan menekankan penyelesaian dengan merujuk kepada metode penelitian kualitatif deskriptif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Struktur Framing IDN Times.com

**Tabel 2. Analisis *Framing* pada Judul Berita *Banyak Diam dalam Debat Perdana, Ma'ruf Amin Tuai Komentor* (Harianja, 2019)**

<i>Define Problems</i>	Ma'ruf Amin lebih banyak diam selama debat pertama berlangsung.
<i>Diagnose Causes</i>	IDN Times.com memandang bahwa Ma'ruf Amin yang lebih sedikit berbicara selama debat menjadi tindakan tak biasa sehingga memunculkan berbagai komentar baik yang negatif maupun yang positif.
<i>Make Moral Judgment</i>	Para politisi dari kubu lawan dan pendukung berkomentar terkait tindakan Ma'ruf yang lebih banyak diam. Amien Rais misalnya memberikan komentar, "Saya lihat memang ada yang menonjol, yang menonjol itu hampir tidak ada peran kiai Ma'ruf Amin." Sementara itu, Tuan Guru Bajang (TGB) memberikan komentar positif atas tindakan Ma'ruf yang lebih banyak diam namun saat memberikan pendapat tentang terorisme, Ma'ruf dinilai tegas dalam menyampaikan penyebab radikalisme.
<i>Treatment Recommendation</i>	Meskipun Ma'ruf lebih sedikit berbicara mengenai tema perdebatan hukum dan HAM, tetapi ia lebih aktif saat membahas isu terorisme.

**Analisis.** Pendekatan *framing* model Robert Entman dalam berita “*Banyak Diam dalam Debat Perdana, Ma’ruf Amin Tuai Komentar*”, menunjukkan bahwa arah pemberitaan IDN Times.com memang menunjukkan fakta mengenai Ma’ruf yang lebih banyak diam selama debat. Namun, IDN Times hanya menunjukkan satu komentar politisi kubu lawan serta dua dari kubu pendukung di dalam berita. Komentar kubu lawan yang bernada negatif terkesan ditepis oleh dua pujian yang diberikan Oesman Sapta Odang dan Tuan Guru Bajang TGB) kepada Ma’ruf yang meskipun lebih banyak diam selama debat, tapi aktif dan memberikan pemikiranyang tegas saat membahas tema terorisme.

Hal ini menunjukkan bahwa media menentukan peristiwa mana yang harus diliput oleh wartawan, kemudian dari sisi mana wartawan harus melihat peristiwa tersebut. Pemilihan fakta yang terjadi di lapangan yang kemudian dikemas media memiliki alasan kepentingan politik dan ideologi. Hal ini menunjukkan bahwa media bukanlah saluran yang bebas, tetapi merupakan subjek yang mengkontruksi atas realitas lengkap dengan pandangan, bias, serta keberpihakannya (Anggoro, 2014; Eriyanto, 2002).

**Tabel 3. Analisis *Framing* pada Judul Berita *Pengamat UI: Debat Cawapres 2019 Skornya Imbang 1-1* (Satria, 2019)**

<i>Define Problems</i>	Pengamat sosial Universitas Indonesia (UI), Devie Rahmawati, berujar bahwa hasil debat kali ini sama kuat alias imbang namun kurang menghibur bagi milenial.
<i>Diagnose Causes</i>	IDN Times.com memandang bahwa skor imbang yang dikaitkan pengamat sosial UI merujuk pada keunggulan kubu 01 di kebijakan yang sangat kuat penyampaian, sementara di kubu 02 unggul di karakter sosok Sandiaga Uno yang menjunjung tinggi rasa hormat pada lawan debatnya Ma’ruf Amin
<i>Make Moral Judgment</i>	Pengamat sosial UI menjelaskan bahwa di debat-debat mendatang perlu ada perubahan yang lebih baik, salah satunya adalah membumikan kebijakan-kebijakan agar lebih menyentuh ke rakyat
<i>Treatment Recommendation</i>	Meyakinkan publik bahwa para cawapres ini hadir ke masyarakat dengan kebijakan nyata.

**Analisis.** Pendekatan *framing* model Entman pada berita *Pengamat UI: Debat Cawapres 2019 Skornya Imbang 1-1* memperlihatkan bahwa opini pengamat sosial yang tidak *apple to apple* dalam menentukan skor imbang cenderung mengkritisi Sandiaga Uno secara halus yang dianggap unggul karena menjunjung tinggi rasa hormat pada lawannya Ma'ruf Amin. Wartawan seakan-akan ingin menekankan pada pembaca bahwa pemenang debat cawapres ini adalah KH. Ma'ruf Amin yang mampu menyampaikan kebijakan dengan baik dan tegas.

### Struktur Framing Detik.com

**Tabel 4. Analisis *Framing* pada Judul Berita *Prabowo Paparkan Pandangan Konflik Rohingya, Jokowi Bicara Langkah Pemerintah* (Andayani, 2019b)**

<i>Define Problems</i>	Jokowi meminta pandangan Prabowo soal konflik di Rakhine State di Myanmar.
<i>Diagnose Causes</i>	Pertanyaan ini dilontarkan Jokowi untuk mengetahui pemahaman politik luar negeri Prabowo terkait Rakhine State.
<i>Make Moral Judgment</i>	<p>Prabowo mengatakan bahwa jika sudah ada indikasi pembersihan etnis, Indonesia bisa menggunakan pengaruh untuk meminta Myanmar menghentikan konflik tersebut, "Kalau PBB saja sudah menilai bahwa di situ ada kemungkinan genosida, <i>genocide</i> atau <i>ethnic cleansing</i>, saya kira ini menjadi masalah yang sangat-sangat mengusik kita. Jadi kita perlu menggunakan pengaruh kita. Kita bersahabat sama Myanmar, tapi kita perlu yakinkan mereka untuk segera hentikan perlakuan yang tak adil kepada Rohingya, apalagi yang sangat-sangat merupakan pelanggaran hak asasi yang luar biasa."</p> <p>Akan tetapi, Prabowo memandang Indonesia juga harus mengurus diri sendiri. Menurutnya, bobot pemerintahan suatu negara bisa dilihat dari kesejahteraan rakyat, "Sekali lagi, bobot kita selalu akan dinilai kalau kita tidak bisa mengurus rakyat kita sendiri. Kalau di Indonesia masih banyak yang lapar dan miskin kok kita mau kita <i>ngajarin</i> orang lain? Satu. Lagi pula kalau kita tak punya kekuatan, paling kita hanya bisa beri saran, peringatan. Kita sangat prihatin, kita mengutuk tindakan-tindakan itu."</p>
<i>Treatment Recommendation</i>	Menanggapi jawaban Prabowo, Jokowi secara konkret menjelaskan bahwa Indonesia diberi kepercayaan oleh Sekjen PBB Antonio Guterres untuk menjembatani agar ada dari tim Indonesia yang masuk ke Rakhine State untuk lihat langsung kondisi di sana, "Menlu sudah ke sana dan saya sendiri ke perbatasan Bangladesh untuk melihat kondisi saudara kita muslim di sana."

**Analisis.** Pendekatan *framing* model Entman pada berita *Prabowo Paparkan Pandangan Konflik Rohingya, Jokowi Bicara Langkah Pemerintah* menunjukkan jika arah pemberitaan Detik.com menempatkan jawaban dari Prabowo sebagai pesimisme, bahwa Indonesia tidak punya kekuatan guna menolong *rohingya* dan rakyat Indonesia belum sejahtera. Sementara itu, Detik.com menempatkan tanggapan Jokowi sebagai angin segar (optimisme), terutama terhadap kekuatan dan pengaruh Indonesia yang telah dipercaya PBB membantu rohingya secara langsung.

**Tabel 5. Analisis *Framing* pada Judul Berita *Prabowo: Saya Khawatir Unicorn Percepat Uang RI ke Luar Negeri, Silakan Ketawa* (Andayani, 2019a)**

<i>Define Problems</i>	Selama debat kandidat ke-2, Prabowo menyampaikan kekhawatirannya atas <i>unicorn</i> dan teknologi hebat yang bisa mempercepat arus uang dari Indonesia ke luar negeri, “Jadi kalau ada <i>unicorn-unicorn</i> . Ada teknologi hebat, saya khawatir mempercepat uang kita lari ke luar negeri.”
<i>Diagnose Causes</i>	Pernyataan Prabowo didasari oleh pemikiran bahwa di Indonesia telah terjadi kesenjangan ekonomi, “Ini hal-hal mendasar, Pak Jokowi. Saya lihat, dalam perekonomian RI, terjadi suatu disparitas. Segelintir orang, kurang dari 1 persen, menguasai lebih dari setengah kekuasaan kita.”
<i>Make Moral Judgment</i>	Menurut Prabowo kekayaan Indonesia tidak pernah ada seluruhnya di dalam negeri, bahkan mayoritas ada di luar dalam negeri. Seakan Prabowo ingin mengatakan bahwa baiknya mayoritas kekayaan Indonesia ada di Indonesia bukan di tempatkan di luar Indonesia.
<i>Treatment Recommendation</i>	Menurut Prabowo langkah terbaik agar uang Indonesia tidak lari ke luar negeri adalah Indonesia perlu hati-hati dengan antusiasme untuk internet dan <i>e-commerce</i> , “Kalau kita tidak hati-hati dengan antusiasme untuk internet, <i>e-commerce</i> , e ini, e itu, saya khawatir ini bisa mempercepat uang lari dari dalam negeri ke luar negeri.”

**Analisis.** Pendekatan *framing* pada berita di atas menunjukkan bahwa arah pemberitaan Detik.com menempatkan jawaban Prabowo sebagai pesimisme bahwa kemajuan teknologi dan *e-commerce* yang dinikmati masyarakat kini menjadi *boomerang*, karena dianggap bisa mempercepat arus uang keluar dari Indonesia ke luar negeri. Padahal, nyatanya masyarakat semakin mudah melakukan aktivitas ekonomi, seperti ekspor impor atau transaksi ekonomi produk dalam negeri melalui *start-up* seperti *TanHub*, atau berbagai *start-up* yang lainnya.

## KESIMPULAN

Pembingkai berita debat kandidat presiden dan wakil presiden 2019 yang ditayangkan selama periode 17 Januari sampai dengan 13 April 2019 menempatkan program debat KPU sebagai isu sosial politik, karena konten beritanya melibatkan eksistensi kubu dan penilaian politik dari masing-masing kandidat serta implementasi visi misi bagi kesejahteraan rakyat Indonesia.

IDN Times.com memberi judul berita yang terkesan netral dan tidak membandingkan kedua kandidat. Jika ada perbandingan, maka bentuk kalimatnya adalah interogatif. Namun, apabila ditelaah pada konten berita, ditemukan bahwa IDN Times.com berpotensi memihak kubu Jokowi-Ma'ruf dengan pernyataan optimis pasangan ini terkait masa depan Indonesia dan komentar pengamat serta elit politik yang bernada positif. Hal ini menunjukkan bahwa ada atau tidak keterlibatan relasi antara pemilik media dengan salah satu kandidat tak dapat dijadikan sebagai tolok ukur keberpihakan media yang dituangkan dalam konten beritanya.

Sementara itu, Detik.com dalam memberikan judul berita lebih terkesan sarkas dengan membandingkan pernyataan kedua kandidat. Bahkan, tak jarang ditemui judul berita untuk meninjau kebenaran data pernyataan kandidat yang secara langsung menyindir salah satu kandidat. Jika dilihat dari konten berita, terlihat jelas keberpihakan Detik.com pada Jokowi-Ma'ruf dalam pemberitaannya, misalnya dari pemilihan *angle* berita yang diarahkan kepada pernyataan-pernyataan prestasi kerja Jokowi selama menjabat sebagai presiden, optimisme Jokowi-Ma'ruf terhadap Indonesia di masa depan dan dukungan kubu pendukung mengenai kemajuan Indonesia di bawah pimpinan Jokowi-Ma'ruf. Berbeda halnya dengan narasi berita Prabowo-Sandi yang bernada pesimis dalam memandang nasib kemajuan bangsa Indonesia.

Keberpihakan kedua media *online* ini dalam pemberitaan terkait debat kandidat presiden dan wakil presiden berpotensi menggiring pilihan politik millennial yang mengakses berita tersebut.

## SARAN

Hasil penelitian ini harapannya dapat dikembangkan lebih lanjut mengingat pentingnya pendidikan politik terhadap generasi milenial. Terlebih, dalam konteks pemilihan presiden, generasi milenial akan semakin berperan signifikan pada Pilpres 2014. Pengembangan yang dimaksud misalnya dapat dilakukan dengan menyertakan berbagai media *online* yang lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini. Sementara itu, untuk badan penyelenggara KPU,

ke depannya tentu bisa melakukan pendidikan politik dengan menyediakan informasi yang memadai, terutama bagi kaum milenial yang memerlukan serangkaian informasi politik dan pemilu.

## REFERENSI

- Abdullah, M. (2019). Rational Political Behaviour on Young Generation Voter. *International Journal Pedagogy of Social Studies*, 4(1), 64–70.
- Amindoni, A. (2019, March 26). Pemilu: Siapa Swing Voters Dan Undecided Voters Dalam Pilpres? Retrieved from <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-47678409>
- Andayani, D. (2019a, February 17). Prabowo: Saya Khawatir Unicorn Percepat Uang RI ke Luar Negeri, Silakan Ketawa. Retrieved from <https://news.detik.com/berita/d-4432255/prabowo-saya-khawatir-unicorn-percepat-uang-ri-ke-luar-negeri-silakan-ketawa>
- Andayani, D. (2019b, March 30). Prabowo Paparkan Pandangan Konflik Rohingya, Jokowi Bicara Langkah Pemerintah. Retrieved from <https://news.detik.com/berita/4490608/prabowo-paparkan-pandangan-konflik-rohingya-jokowi-bicara-langkah-pemerintah>
- Anggoro, A. D. (2014). Media, Politik, dan Kekuasaan: Analisis Framing Model Robert N. Entman tentang Pemberitaan Hasil Pemilihan Presiden 9 Juli 2014 di TV One dan Metro TV. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo*, 2(2).
- Azmi, K., Astuti, P., & Fitriyah. (2016). Perilaku Memilih Pemilih Pemula Masyarakat Kendal pada Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014. *Journal of Politics and Government Studies*, 5(3), 362–370.
- Budiman, A. (2019). Debat Calon Presiden dan Peningkatan Partisipasi Pemilih pada Pemilu Presiden Tahun 2019. *Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual Dan Strategis*, 11(3), 25–30.
- Carkoglu, A., Baruh, L., & Yildirim, K. (2014). Press-Party Parallelism and Polarization of News Media during an Election Campaign: The Case of the 2011 Turkish Elections. *The International Journal of Press/Politics*, 19(3), 295–317.
- Cho, J., & Choy, S. P. (2011). From Podium to Living Room Elite Debates as an Emotional Catalyst for Citizen Communicative Engagements. *Communication Research*, 38(6), 778–804.
- Coleman, S., & Moss, G. (2016). Rethinking Election Debates: What Citizens Are Entitled to Expect. *International Journal of Press/Politics*, 21(1), 3–24.

- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Gazali, E. (2004). Interaksi Politik dan Media: Dari Komunikasi Politik ke Politik Komunikasi. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(1), 53–74.
- Harianja, A. J. (2019, January 18). Banyak Diam dalam Debat Perdana, Ma'ruf Amin Tuai Komentar. Retrieved from <https://www.idntimes.com/news/indonesia/axel-harianja/banyak-diam-dalam-debat-perdana-maruf-amin-tuai-komentar>
- Holbrook, T. M. (1999). Political Learning from Presidential Debates. *Political Behavior*, 21(1), 67–89.
- IDN Research Institute. (2019). *Indonesia Millennial Report 2019*. Retrieved from <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-millennial-report-2019-by-idn-times.pdf>
- Limilia, P., & Ariadne, E. (2018). Pengetahuan dan Persepsi Politik pada Remaja. *Jurnal Psikologi Sosial*, 16(1), 45–55.
- Masduki. (2004). Jurnalisme Politik: Keberpihakan Media dalam Pemilu 2004. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(1), 75–90.
- Nashrudin, A. (2017). Konstruksi Realitas Radar Banten pada Pemberitaan Pilkada Banten 2017. *Nyimak: Journal of Communication*, 1(1), 49–77.
- Perangin-angin, L. L. K., & Zainal, M. (2018). Partisipasi Politik Pemilih Pemula dalam Bingkai Jejaring Sosial di Media Sosial. *Jurnal Aspikom*, 3(4), 737–754.
- Prasetya, A. (2019, January 2). KPU Jelaskan Alasan Penyampaian Visi-Misi Sebelum Debat Pilpres. Retrieved from <https://news.detik.com/berita/d-4367487/kpu-jelaskan-alasan-penyampaian-visi-misi-sebelum-debat-pilpres>
- Primagara, M., & Agustin, L. (2018). Pembingkai Pemberitaan Kasus Dugaan Penistaan Pancasila Habib Rizieq Shihab pada Harian Kompas dan Republika. *Nyimak: Journal of Communication*, 2(1), 59–69.
- Rizal, M. (2015). Analisis Framing Pemberitaan Politik Capres dan Cawapres di Media Sosial pada Akun Detik.com. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 172–185.
- Rohim, M., & Wardana, A. (2019). Analisis Politik Milenial: Persepsi Siswa SMA Terhadap Dinamika Politik Pada PEMILU 2019 di Indonesia. *Jurnal Ilmu Pemerintahan: Kajian Ilmu Pemerintahan Dan Politik Daerah*, 4(1), 47–63.
- Rusadi, U. (2002). *Riset: Diskursus Kerusuhan Sosial Dalam Media Massa*. Jakarta: Universitas Indonesia.

- Satria, I. R. T. B. (2019, March 17). Pengamat UI: Debat Cawapres 2019 Skornya Imbang 1-1. Retrieved from <https://www.idntimes.com/news/indonesia/isidorus-rio/pengamat-ui-debat-cawapres-2019-skornya-imbang-1>
- Shahreza, M. (2017). Komunikator Politik Berdasarkan Teori Generasi. *Nyimak: Journal of Communication*, 1(1), 33–48.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1996). *Mediating The Message, Theories of Influence on Mass Media Content*. New York: Longman Publishers.
- Simarmata, S. (2017). Paralelisme Politik Media dalam Pemberitaan Pemilu 2014 di Indonesia. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 14(2), 149–168.
- Siregar, B. (2019). Framing Berita Capres-Cawapres pada Pilpres 2019 di Harian Umum Republika dan Koran Tempo. *Komunikologi*, 16(1), 7–17.
- Sobur, A. (2002). *Analisis Teks Media: Suara Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Surahman, S. (2017). Bingkai Media pada Program Acara Televisi Satu Indonesia Net.tv Episode Sultan HB X dan Asia Calling Tempo Tv Episode Penerus Tahta Raja Yogyakarta. *Nyimak: Journal of Communication*, 1(2), 171–187.
- Takens, J., van Atteveldt, W., Hoof, A. van, & Kleinnijenhuis, J. (2013). Media Logic in Election Campaign Coverage. *European Journal of Communication*, 28(3), 277–293.
- van Kempen, H. (2007). Media-Party Parallelism and Its Effects: A Cross-National Comparative Study. *Political Communication*, 24(3), 303–320.



Copyright (c) 2019 *Nyimak: Journal of Communication*

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0



